Software werkplaats

VINDBAARHEIDSSCAN

uwbedrijf.example

De tien belangrijkste punten over uw vindbaarheid, in Google en in de antwoorden van AI-assistenten.

10	20	24
PUNTEN	PAGINA'S GEMETEN	AI-METINGEN

Opgesteld door **Softwarewerkplaats**
Stefan Colin · softwarewerkplaats.nl · stefan@softwarewerkplaats.nl
oktober 2026

VOORPROEFJE

Dit zijn een paar bladzijden uit een vindbaarheidsscan voor een verzonnen hovenier. Van de tien punten ziet u er twee uitgewerkt. Uw scan doet dat met alle tien, over uw eigen bedrijf.

De tien punten

#	Punt	Ernst	Waar het zit
1	Op uw hoofdterm staat u op de tweede pagina	Hoog	positie 14, 260 per maand
2	AI-assistenten noemen twee concurrenten, u niet	Hoog	niet gevonden in 24 metingen
3	Op "hovenier bij mij in de buurt" staat u niet in de top 50	Middel	210 per maand
4	Zes pagina's krijgen van geen enkele andere pagina een link	Middel	6 van 20 pagina's
5	Drie dienstpagina's noemen Hoorn niet in de titel	Middel	3 van 5 dienstpagina's
6	De voorpagina is traag op een telefoon	Middel	4,1 seconden in de labmeting
7	Google krijgt geen bedrijfsgegevens uit de code	Laag	0 van 20 pagina's
8	De voorpagina verspringt tijdens het laden	Laag	CLS 0,21
9	De meeste beelden laden meteen, ook onderaan	Laag	14 van 18 beelden
10	Uw telefoonnummer staat in twee vormen	Laag	2 vormen op 20 pagina's

De ernst weegt alleen het effect op uw vindbaarheid.

De punten uitgewerkt

1 Op uw hoofdterm staat u op de tweede pagina

Wat ik zie. Op "hovenier hoorn" staat u op positie 14 in de gewone resultaten. Er wordt gemiddeld 260 keer per maand op gezocht, gemeten over twaalf maanden. Bovenaan staat tuinen-van-dijk.example.

Waarom het uitmaakt. Bijna niemand klikt door naar de tweede pagina. De vraag is er. Hij komt alleen bij een ander terecht.

Wat u kunt doen. Richt uw dienstpagina op deze term, met Hoorn in de titel en in de eerste alinea. Dat is werk van een middag. Meet na vier weken opnieuw.

2 AI-assistenten noemen twee concurrenten, u niet

Wat ik zie. Zes vragen uit uw vak, elk drie keer gesteld aan vier modellen. U werd in geen van de 24 metingen gevonden. tuinen-van-dijk.example werd in 5 metingen genoemd, groen-hoorn.example in 2. Het model dat op het web zoekt, gebruikte in alle rondes twee regionale bedrijvengidsen als bron. Uw site stond er niet tussen.

Waarom het uitmaakt. Wie een assistent vraagt om een hovenier in Hoorn, krijgt een naam. Nu is dat nooit de uwe.

Wat u kunt doen. Hier is meer voor nodig dan één aanpassing. Welke bronnen de assistenten verder gebruiken en hoe u daar komt, heb ik in deze scan niet uitgezocht.

Wat ik onderweg zag maar niet heb onderzocht

Een vindbaarheidsscan kijkt naar één ding. Deze drie noem ik omdat ik ze zag, niet omdat ik ze heb uitgezocht. Elk is een signaal, geen conclusie. De eerste weegt zwaarder dan de meeste punten uit de lijst.

Uw server. Een map met de bouwgeschiedenis van uw site is van buitenaf op te vragen. Wat erin staat, heb ik niet bekeken.

Uw mail. Uw domein vraagt ontvangers niet om vervalste mail tegen te houden. Wat dat voor uw eigen uitgaande mail betekent, heb ik niet getest.

Uw bezoekers. Google Analytics zet een cookie voordat een bezoeker toestemming geeft.

Wat ik van buitenaf niet kon meten

Uw echte posities en klikken. Die staan in uw Search Console. Mijn posities komen uit een database van derden.

Of de zes losse pagina's in Google staan. Van buitenaf is dat niet betrouwbaar vast te stellen. Een vermoeden heb ik wel.

Uw Google Bedrijfsprofiel en uw plek in het kaartblok. Daar kijkt deze scan niet naar. Voor een lokaal bedrijf is het vaak de grootste knop, zeker bij "bij mij in de buurt".

Leestoegang tot uw Search Console lost de eerste twee op. Dat kost u vijf minuten.